

§ Authors

webmaster

§ Categories

Categories

[Анализ \(14\)](#)[Антикризисное
управление \(5\)](#)[Бухгалтерский
учёт \(12\)](#)[Ведения
переговоров \(7\)](#)[Государственное
управление \(8\)](#)[Деловое общени
е \(13\)](#)[Конфликт ы \(12\)](#)[Маркетинг \(51\)](#)[Менеджмент
\(46\)](#)[Планирование
\(16\)](#)[Поведение \(9\)](#)[Социальное
управление \(6\)](#)[Теория практика
\(12\)](#)[Труд \(12\)](#)

§ Archives

[September 2009](#)[June 2007](#)[May 2007](#)Счета бухгалтерского учета, их
строение и назначение

September 2009 by webmaster

Бухгалтерский баланс составляется один раз в месяц (на 1-е число месяца). В течение месяца в организации совершается большое количество хозяйственных операций, которые невозможно отразить в балансе. Поэтому текущий учет движения хозяйственных средств и их источников ведется на специальных бухгалтерских счетах. Счета бухгалтерского учета — это способ экономической [...]

Categories ↓

11 Comments »

Понятие, построение и содержание
бухгалтерского баланса

September 2009 by webmaster

Для руководства хозяйственной деятельностью организации необходимо иметь информацию о хозяйственных средствах, которыми распоряжается организация, а также об их составе, размещении, источниках средств и их целевом назначении. Необходима экономическая группировка средств. Эти сведения отражаются в бухгалтерском балансе. Основой построения бухгалтерского баланса является двойственная группировка объектов бухгалтерского учета (имущества) — по [...]

Categories ↓

11 Comments »

Compare 1.30% APY Rates

With a High Yield Savings Account From American Express. Compare Now! PersonalSavings.AmericanExpre

Домашняя бухгалтерия

Учитывай, планируй, управляй. Быстро, просто и эффективно! www.dvazap.com

Learn Languages Online

Individual live online lessons - your choice of time and teacher www.myngle.com

Реклама в Интернете

Получить максимальную эффективность от рекламы в Интернете - секреты impulses.ru

Изабелла Халилова

Маркетинг от профессионалов: исследования, тестирования, анализ. www.lis-mag.ru

Рекламные статьи

Хозяйственные операции

Sep 6th, 2009 by webmaster

Хозяйственная операция — это действие, которое отражает хозяйственные факты, расчеты, результаты финансовой деятельности и т.д., состав и размещение имущества, а также источники образования средств (собственные и заемные). Через хозяйственные операции, совершаемые в сфере снабжения, производства и продажи, имущество и обязательства подвергаются изменениям. Сфера снабжения — это совокупность операций, в результате которых [...]

Categories ↓

11 Comments »

Хозяйственные средства: источники формирования

Sep 6th, 2009 by webmaster

Хозяйственные средства по источникам формирования делятся на две группы: источники собственных средств и источники привлеченных средств (рис. 3.2). Собственные источники имущества состоят из собственного капитала (уставный, добавочный и резервный капитал, нераспределенная прибыль и прочие резервы), фондов, резервов, амортизации, бюджетного финансирования и получения средств в порядке дарения. Уставный [...]

Categories ↓

11 Comments »

Хозяйственные средства: состав и размещение

Sep 6th, 2009 by webmaster

Хозяйственные средства организации рассматриваются как объекты бухгалтерского учета исходя из их участия в основной, финан-

совой и инвестиционной деятельности, с делением хозяйственных средств основной деятельности на средства в сфере производства и в сфере обращения (рис. 3.1). Хозяйственные средства по составу и размещению подразделяются на внеоборотные и оборотные, которые соответственно образуют основную и [...]

Categories ↓

11 Comments »

Методы бухгалтерского учета

Sep 6th, 2009 by webmaster

Методы бухгалтерского учета представляют собой систему способов и определенных приемов, осуществляемых посредством документации, инвентаризации, бухгалтерского баланса, системы синтетических и аналитических счетов с применением метода двойной записи, оценки имущества и обязательств, других статей баланса, калькуляции и отчетности организации. Документация — это первичная регистрация хозяйственных операций с помощью документов в момент и в местах их [...]

Categories ↓

11 Comments »

Предмет и объекты бухгалтерского учета

Sep 6th, 2009 by webmaster

Бухгалтерский учет как наука имеет свой предмет и метод. Раскрытие и определение предмета и метода бухгалтерского учета позволяет установить его содержание и отличие от других предметов. Содержание предмета бухгалтерского учета раскрывается в экономической сущности и учитываемых объектов. Объектами бухгалтерского учета являются имущество организации, ее обязательства и [...]

Categories ↓

11 Comments »

Финансовый и управленческий учет

Sep 6th, 2009 by webmaster

За рубежом принято подразделять бухгалтерский учет на финансовый и управленческий.

В России традиционно не существовало деления на финансовый и управленческий учет.

Бухгалтерский учет понимался как

единое целое и являлся информационной базой и для анализа хозяйственной деятельности, и для составления отчетности, принятия управленческих решений.

Финансовый учет представляет собой систему сбора [...]

Categories ↓

11 Comments »

Функции бухгалтерского учета

Sep 6th, 2009 by webmaster

Основные функции бухгалтерского учета:

контрольная, информационная, обеспечения сохранности

собственности, обратной связи, аналитическая.

Рассмотрим содержание этих функций.

В условиях наличия различных форм собственности, развития

рыночных отношений усиливается контрольная функция бухгалтерского учета.

В системе бухгалтерского учета роль контрольной функции усиливается, поскольку администрации необходимо

знать, например,

не только финансовое состояние [...]

Categories ↓

11 Comments »

Цели и задачи бухгалтерского учета

Sep 6th, 2009 by webmaster

Цель бухгалтерского учета — формирование своевременной, качественной информации о финансовой и хозяйственной деятельности предприятия, необходимой для управления и становления рыночной экономики, для подготовки, обоснования и принятия управленческих решений на различных уровнях, для определения поведения предприятия на рынке и выявления положения предприятий-конкурентов и т.п.

Задачи бухгалтерского учета:

- [...]

Categories ↓

11 Comments »

Понятия и виды хозяйственного учета

Чтобы руководить непрерывно повторяющимися процессами производства, распределения, обмена (обращения) и потребления, необходим целый ряд сведений. Эти сведения получают с помощью хозяйственного учета.

К традиционным видам хозяйственного учета в зависимости от характера данных, методов их получения и способов группировки относят три вида: оперативный, статистический и бухгалтерский. К сравнительно новым относится налоговый учет.

[...]

Categories ↓

11 Comments »

Возникновение бухгалтерского учета

Первые следы развитой системы учета обнаружены в Древнем Египте. Несколько тысяч лет назад факты хозяйственной деятельности регистрировали на свитках папируса, длина которых достигала 4—5 метров. Такая форма предопределила

табличный вариант ведения учета. Утверждение о том, что инвентаризация была первым учетным приемом, основано на анализе папирусных свитков. В столбцы учетных таблиц заносилась информация о различных [...]

Categories ↓

11 Comments »

Мимика и жесты

Jun 5th, 2007 by webmaster

Мимика – движение мышц лица, отражающие внутреннее эмоциональное состояние – способна дать истинную информацию о том, что переживает человек. Мимические выражения несут более 70% информации, т.е. глаза, взгляд, лицо человека способны сказать больше, чем произнесенные слова, так, замечено, что человек пытается скрыть свою информацию (или лжет), если его глаза встречаются с глазами [...]

Categories ↓

11 Comments »

Виды общения

Jun 5th, 2007 by webmaster

“Контакт масок” – формальное общение, когда отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника, используются привычные маски (вежливости, строгости, безразличия, скромности, участливости и т. п.) – набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть истинные эмоции, отношение к собеседнику.

Примитивное общение, когда оценивают другого человека как нужный или мешающий объект: если нужен [...]

Categories ↓

11 Comments »

Коммуникативная компетентность

Jun 5th, 2007 by webmaster

Коммуникация – процесс двустороннего обмена информацией, ведущей к взаимному пониманию.

Если не достигается взаимопонимание, то коммуникация не состоялась.

Коммуникативная компетентность – способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. Для эффективной коммуникации характерно: достижения взаимопонимания партнеров, лучшее понимание ситуации и предмета общения (достижение большей определенности в понимании ситуации способствует разрешению проблем, обеспечивает [...])

Categories ↓

11 Comments »

Понятие общение

Jun 5th, 2007 by webmaster

Общение – специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми как членами общества: в общении реализуются социальные отношения людей.

В общении выделяют три взаимосвязанных стороны: коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между людьми; интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между людьми, например, нужно согласовать действия, распределить функции или повлиять на настроение, поведение, убеждения собеседника; перцептивная сторона [...]

Categories ↓

11 Comments »

Этика делового общения

Jun 5th, 2007 by webmaster

Общение нельзя рассматривать как простое отправление информации или ее прием потому, что каждый собеседник стремится «завоевать» внимание, проявить активность, повлиять на другого. Иногда одна и та же информация вызывает разное к ней отношение. Для того чтобы обмен информацией состоялся собеседники должны понимать друг друга, говорить на одном языке.

Однако нередко бывает, что, даже зная значение одних [...]

Categories ↓

11 Comments »

Этап спада

Jun 5th, 2007 by webmaster

Неизбежен тот момент, когда объем продаж большинства разновидностей товаров или марок начинает снижаться. Уменьшение объемов сбыта может быть медленным или быстрым, возможно, объем продаж снизится до нулевой отметки или будет длительное время сохраняться на низком уровне.

Уменьшение объема продаж объясняется рядом причин в том числе и достижениями в области развития технологий, изменением вкуса потребителей и обострением [...]

Categories ↓

11 Comments »

Маркетинговая стратегия зрелости

Jun 5th, 2007 by webmaster

В определенный момент существования товара на рынке темпы роста объемов продаж начинают замедляться, наступает стадия относительной зрелости. По времени этот этап обычно длиннее предыдущих и ставит сложные задачи в сфере управления маркетингом. Большинство товаров на рынке находится в стадии зрелости, следовательно, и управление маркетингом следует перестраивать в расчете на зрелый товар. На этапе зрелости [...]

Categories ↓

11 Comments »

Этап зрелости

Jun 5th, 2007 by webmaster

На этапе зрелости выделяют три фазы. Фаза «взросления» – темпы роста продаж начинают замедляться, сбытовая сеть стабилизируется, хотя на рынке и появляются некоторые «опоздавшие» покупатели. Фаза «стабильной зрелости» – объем продаж держится на постоянном уровне вследствие насыщения рынка. Большинство потенциальных потребителей уже опробовали товар и показатели объемов продаж зависят от численности населения и потребности в

приобретении нового [...]

Categories ↓

11 Comments »

Стратегии маркетинга

Jun 5th, 2007 by webmaster

Для того, чтобы максимально продлить этап роста, фирма может прибегнуть к следующим стратегиям.

Улучшить качество товара, придать ему новые свойства и «укрепить» его положение на рынке;

Выпустить новые модели и модификации, а также расширить номенклатуру размеров, ароматов и т.п., чтобы защитить основной товар;

Выйти на новые сегменты рынка;

Расширить действующие каналы сбыта и найти новые;

В рекламе перейти от осведомления [...]

Categories ↓

11 Comments »

Этап роста

Jun 5th, 2007 by webmaster

На данном этапе отмечается резкое увеличение объема продаж. Потребители, признавшие товар с момента его появления на рынке, будут продолжать покупать его, и их примеру последуют другие. На рынке появляются новые конкуренты, которых привлекают возможности производства товара в большом объеме и получения высоких прибылей. Они предлагают товар, наделенный новыми свойствами, и находят новые каналы сбыта.

Например, строительная [...]

Categories ↓

11 Comments »

Маркетинговая стратегия

Jun 4th, 2007 by webmaster

На этапе внедрения нового товара на рынок руководители службы маркетинга могут задать

очень высокий или очень низкий каждой из маркетинговых переменных (цены, продвижение, распределение, качество товара). Если рассматривать только ценообразование и продвижение товара, то используется одна из четырех стратегий.

Стратегия быстрого «снятия сливок с рынка». Используя данную стратегию, компания устанавливает высокие цены на свой товар [...]

Categories ↓

11 Comments »

Этап внедрения на рынок

Jun 4th, 2007 by webmaster

Этап внедрения на рынок начинается с момента поступления товара в продажу. Поскольку процесс распределения товара на множестве рынков требует времени, объем продаж в этот период увеличивается медленно.

Так, например, такие известные марки кофе и чая, как Nescafe, Maxim, Lipton, и т.п. продвигались маркетинговыми службами соответствующих компаний несколько лет, прежде чем они вступили в период быстрого роста.

С [...]

Categories ↓

11 Comments »

Человеческие отношения

Jun 4th, 2007 by webmaster

В рассматриваемый нами период движение человеческих отношений стало противовесом всему научному движению. Это связано с тем, что акцент делался на заботе о людях, а в движении научного управления – на заботе о производстве. Идея состоит в том, что простое проявление положительного внимания к людям оказывает очень большое влияние на производительность труда. То есть речь идет [...]

Categories ↓

11 Comments »

Рынок продавца и покупателя

Jun 4th, 2007 by webmaster

Рынок покупателя или потребителя требует специально организованного исследования, потому что это позволяет изучить и определить комплекс побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе товаров (доходы, социальное положение, половозрастная структура, образование). В качестве объектов выступают индивидуальные потребители, семьи, домашние хозяйства, а также потребители-организации. Предметом исследования является мотивация потребительского поведения на рынке и определяющие ее факторы. Изучается структура [...]

Categories ↓

11 Comments »

Система управления персоналом

Jun 4th, 2007 by webmaster

До середины XX-го века в вопросах управления персоналом ориентировались лишь на текущие потребности организации. При таком подходе работодатель рассчитывал получить в любой момент необходимое ему количество работников, для использования которых не требуется длительной специальной подготовки. Избыточный рынок рабочей силы давал работодателям такую возможность, а увольнение избыточного персонала практически ничего не стоило. Изменения в условиях деятельности [...]

Categories ↓

11 Comments »

Руководитель

Jun 4th, 2007 by webmaster

Теория Файоля, которая так же активно развивалась дает четкое представление о задачах руководителя: смотреть в будущее (кто-то в организации должен планировать, делать прогноз); организовывать; согласовывать свои предложения с предложениями руководителей других подразделений; руководить коллективом, следовательно, постоянно поддерживать контакты с подчиненными, знать их нужды и желания, помогать, реализовывать в работе их надежды и стремления. Файоль был [...]

Categories ↓

11 Comments »

Эволюция отношений в организации

Jun 4th, 2007 by webmaster

Развитие таких наук, как психология и социология и совершенствование методов исследования после второй мировой войны сделало изучение поведения на рабочем месте в большей степени строго научным. Среди наиболее крупных фигур более позднего развития поведенческого направления можно упомянуть, в первую очередь, Криса Арджириса, Ренсиса Лайкерта, Дугласа МакГрегора и Фредерика Герцберга. Эти и другие исследователи изучали различные [...]

Categories ↓

11 Comments »

Эволюция менеджмента

Jun 4th, 2007 by webmaster

Выполнение управленческих функций обязательно, если организация собирается добиться успеха. Практика управления так же стара, как организации, а это означает, что она действительно очень древняя. Однако, как управление, так и организации древности сильно отличались от тех, что стали образовываться в XX веке. Хотя само управление старо как мир, идея управления как научной дисциплины, профессии области исследований [...]

Categories ↓

11 Comments »

Товар по замыслу

Jun 4th, 2007 by webmaster

Товар по замыслу – это продукт как средство удовлетворения конкретной потребности то, что будут покупать, какую потребность он предназначен удовлетворять. Это товар, каким его видит разработчик идеи. Так, производство косметических изделий на практике превращается в надежду выглядеть красиво и привлекательно. Товар в реальном исполнении – это осязаемые и неосязаемые признаки исполнения и свойства

товара: внешнее [...]

Categories ↓

11 Comments »

Позиционирование товаров

Jun 4th, 2007 by webmaster

Одним из способов удовлетворения запросов потребителей может быть позиционирование товаров.

Это система определения места отдельных видов товаров в ряду аналогичных товаров, обращающихся на рынке, включающая в себя определение особенностей товаров, характерных черт, отличающих их от аналогичных товаров – конкурентов.

Цель позиционирования товаров – помочь покупателю выделить данный товар из широкого (круга аналогичных товаров по какому – либо [...]

Categories ↓

11 Comments »

Политика высоких и низких цен

Jun 4th, 2007 by webmaster

Каждая из вышеописанных стратегий может быть связана с высокими или низкими ценами. Применение политики высоких цен оправдано, если:

- товар уникален или надежно охраняем патентами;
- товар сложно разработать или производить;
- цена не является решающим фактором для покупателей данного товара;
- размер рынка слишком мал, чтобы привлечь конкурентов;
- требуется много усилий, чтобы обучить потенциальных покупателей пользоваться данным товаром;
- у [...]

Categories ↓

11 Comments »

Запрещенные стратегии

Jun 4th, 2007 by webmaster

Существует также ряд стратегий, которые

предприятию не рекомендуется применять, так как они либо запрещены государством, либо идут в разрез с этикой рынка. Последствиями применения таких стратегий могут быть применение санкций государственными органами, либо ответные меры конкурентов. К числу запрещенных стратегий относятся: стратегия монополистического ценообразования — направленные на установление и поддержание монопольно-высоких цен. Обычно с преследованием цели [...]

Categories ↓

11 Comments »

Стратегия проникновения

Jun 4th, 2007 by webmaster

Ценовой прорыв, как видно из самого названия есть установление очень низкой цены для проникновения и развития деятельности на новом рынке в кратчайшие сроки, чтобы обезопасить преимущества в расходах от объема производства. Такая стратегия мало подходит для небольшой компании, так как она не имеет нужных объемов производства, а розничная торговля конкурентов может отреагировать очень быстро и [...]

Categories ↓

11 Comments »

Стратегия следования за спросом

Jun 4th, 2007 by webmaster

Данная стратегия схожа со стратегией “снятия сливок”, но вместо удерживания цены на постоянном высоком уровне и убеждения покупателей выйти на новый уровень потребления, цена под строгим контролем снижается. Часто товар получает незначительные изменения в дизайне и возможностях, чтобы значительно отличаться от предыдущих моделей. Иногда, чтобы соответствовать снижению цены, приходится менять внешний вид товара, мероприятия по [...]

Categories ↓

11 Comments »

Стратегии ценообразования

Jun 4th, 2007 by webmaster

Выбор ценовой стратегии составляет содержание концепции предприятия в определении цен на свою продукцию. Этим определяется планирование выручки и прибыли предприятия от продажи товара. Предприятию, работающему в рыночных условиях, прежде всего необходимо выработать стратегию и принципы определения цен, руководствуясь которыми оно может решать стоящие перед ним задачи. Отсутствие четко определенной ценовой стратегии способствует неопределенности и в принятии решений [...]

Categories ↓

11 Comments »

Уровень цен

Jun 4th, 2007 by webmaster

При этом возможны три варианта поведения предпринимателя:

1. Первоначально устанавливается максимально высокая цена на товар, ориентирующаяся на лиц с высокими доходами или на тех, для кого ценовой фактор не столь важен, а важны потребительские свойства и качество товара. Когда первоначальный спрос ослабевает и объем сбыта уменьшится, производитель снижает цену, делая товар доступным для более широких слоев [...]

Categories ↓

11 Comments »

Ценовая стратегия

Jun 4th, 2007 by webmaster

Ценовая стратегия — это выбор предприятием возможной динамики изменения базовой цены товара в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели предприятия.

С одной стороны, ценовая стратегия выступает как условие, определяющее позиционирование товара на рынке; с другой — она является функцией, формируемой под действием ряда факторов, в качестве которых выступают:

- этапы жизненного цикла продукта;
- новизна товара;
- комбинация цены [...]

[Categories ↓](#)[11 Comments »](#)

Управление основными активами

Jun 4th, 2007 by webmaster

К основным активам относятся те, которые фирма использует больше года. Они включают основной капитал и природные ресурсы. Одной из обязанностей финансистов является выбор варианта использования имеющихся фондов: на приобретение основного капитала или увеличение текущих активов, или сокращение пассива, или на уплату собственникам. При принятии решения необходимо сравнить стоимость нового капитала с дополнительной стоимостью или с [...]

[Categories ↓](#)[11 Comments »](#)

Управление текущими активами

Jun 4th, 2007 by webmaster

Под текущими активами понимаются активы, которые предприятие может держать в пределах года. Цикл оборотного капитала. Текущие активы используются в качестве оборотного капитала. Фонды, используемые в качестве оборотного капитала, проходят определенный цикл. Ликвидные активы используются для покупки исходных материалов, которые превращают в готовую продукцию; продукция продается в кредит, создавая счета дебиторов; счета дебитора оплачиваются и инкассируются, [...]

[Categories ↓](#)[11 Comments »](#)

Управление активами

Jun 4th, 2007 by webmaster

Существуют следующие основные направления расходования фондов большинства предприятий: закупка сырья, деталей, запасов, зарплата рабочим и служащим, процент, плата по счетам за коммунальные услуги, налоги. Увеличение активов. Наличные деньги, выручка от реализации, запасы, оборудование, здания, земля – все это активы. Любое увеличение активов означает использование фондов.

Уменьшение пассивов. Пассив предприятия включает все, что оно должно другим: банковские [...]

Categories ↓

11 Comments »

Финансовое управление

Jun 4th, 2007 by webmaster

Планирование финансов

Финансовое планирование – это планирование всех его доходов и направлений расходования денежных средств для обеспечения развития предприятия. Финансовое планирование осуществляется посредством составления финансовых планов разного содержания и назначения в зависимости от задач и объектов планирования.

Исходя из этого финансовые планы можно разделить на перспективные, текущие и оперативные.

Примером сочетания перспективного и текущего планирования является бизнес-план, который [...]

Categories ↓

11 Comments »

Финансовые аспекты

Jun 4th, 2007 by webmaster

1. Регулирование государством производственной и экономической деятельности предприятий посредством экономических рычагов, в первую очередь налоговой и кредитно-денежной политикой.
2. самостоятельность предприятий во всех вопросах, кроме особо предусмотренных законодательством.
3. Самофинансирование и прибыльность работы предприятия.
4. Создание финансового резерва (фонда риска) на предприятиях.
6. Предприятие вправе открывать расчетный и другие счета в любом банке для хранения денежных средств и осуществления [...]

Categories ↓

11 Comments »

Финансовый менеджмент

Jun 4th, 2007 by webmaster

Рыночная экономика в Российской Федерации набирает всё большую силу. Вместе с ней набирает силу и конкуренция как основной механизм регулирования хозяйственного процесса. Конкурентоспособность предприятия, акционерному обществу, любому другому хозяйствующему субъекту может обеспечить только правильное управление движением капитала и финансовых ресурсов, находящихся в их распоряжении.

В соответствии с Российским законодательством с 1995 года на территории страны могут [...]

Categories ↓

11 Comments »

Методы формирования

Jun 4th, 2007 by webmaster

Основное средство реализации финансовой политики — финансовый механизм организации, т.е. система управления финансовыми отношениями организации через финансовые рычаги с помощью финансовых методов. Элементами финансового механизма являются финансовые отношения как объект финансового управления, финансовые рычаги, финансовые методы, правовое обеспечение и информационно-методическое обеспечение финансового управления.

Финансовые отношения — это принципы и система взаимодействия сторон бизнеса в процессе инвестирования, [...]

Categories ↓

11 Comments »

Классификация видов

Jun 4th, 2007 by webmaster

По направлению финансовая политика подразделяется на внутреннюю и внешнюю. Внутренней финансовой политикой организации называется политика, направленная на финансовые отношения, процессы и явления, происходящие внутри организации. Внешней финансовой политикой организации называется политика, направленная на деятельность

организации во внешней среде: на финансовых рынках, в кредитных отношениях, в отношениях с различного рода внешними юридическими и физическими лицами (контрагентами).

Финансовая [...]

Categories ↓

11 Comments »

Задачи финансов

Jun 4th, 2007 by webmaster

Анализ экономической литературы показал, что финансовая политика в целом как экономическая категория подразделяется на государственную финансовую политику и политику отдельно взятой хозяйственной структуры.

Финансовая политика, определяемая и проводимая со стороны государственных органов в отношении организаций микроэкономического уровня через законодательную и нормативную базу, а также бюджетную, банковскую, налоговую системы и правоохранительные органы, называется государственной финансовой политикой.

Финансовая [...]

Categories ↓

11 Comments »

Финансовая политика предприятия

Jun 4th, 2007 by webmaster

В условиях развивающейся конкуренции политика управления организацией не может успешно реализовываться лишь на основе благих пожеланий и администрирования. Нужны финансовые инструменты и механизмы влияния на производственную систему, воздействие через финансовые рычаги, регулирование через финансовые потоки, которые используются в финансовой политике. Поэтому успех политики управления производственной системой определяется финансовой политикой.

Методы и приемы финансовой политики позволяют [...]

Categories ↓

11 Comments »

Консультирование

Jun 4th, 2007 by webmaster

Управленческое консультирование является относительно новой областью психологической практики, которая возникла в ответ на потребности людей, испытывающих трудности в повседневной жизни. Спектр проблем, которые изучаются в управленческом консультировании поистине широк: трудности на работе, неудовлетворенность работой, конфликты с коллегами и руководителями, возможность увольнения, неустроенность личной жизни и неурядицы в семье, недостаток уверенности в себе и самоуважении, [...]

Categories ↓

11 Comments »

Управленческое консультирование

Jun 4th, 2007 by webmaster

Бурные процессы ломки, разрушения десятилетиями существовавших норм, стереотипов социального поведения. Системы культурных ценностей официально одобряемых и поддерживаемых обществом, обострили потребности в получении консультативной помощи. В последние годы психологические проблемы личности получили в литературе довольно широкое обсуждение. Все люди реагируют на обстоятельства по-разному в зависимости от пола, возраста, умственных способностей, прошлого опыта, личностных характеристик. [...]

Categories ↓

11 Comments »

Управленческая команда

Jun 4th, 2007 by webmaster

Исполнительный директор ассоциации Сергей Литовченко подчеркнул в интервью “Известиям”, что “Топ-100” – первый рейтинг управленческих команд российских компаний. По его мнению, “распространение рейтингов на всю высшую управленческую команду крайне важно, поскольку российский бизнес уже прошел стадию лидеров-одиночек, которые своим энтузиазмом, силой воли и предпринимательским талантом двигали

огромные машины". "Теперь, - говорит он, - в [...]

Categories ↓

11 Comments »

Виртуальные команды

Jun 4th, 2007 by webmaster

Наиболее показателен пример компании Oracle, которая для эффективного внедрения ее разработок в области управленческого учета предлагала предприятиям и организациям сначала изменить свою систему управления в соответствии с собственными требованиями, а затем приобретать программное обеспечение. К тому же консультанты нередко предлагают стандартные или однотипные решения, что не добавляет конкурентных преимуществ предприятиям и организациям. Виртуальная среда Oracle позволяет [...]

Categories ↓

11 Comments »

Управление людьми

Jun 4th, 2007 by webmaster

Об управленческих командах и их создании специалисты в области высокоэффективного менеджмента, организационного развития и социальной психологии заговорили относительно недавно, чуть больше 30 лет назад. Первые исследования командной деятельности, опубликованные в начале 60-х годов XX века, были посвящены поискам способов повышения эффективности и продуктивности именно управленческого труда. И это не случайно. Возникновение интереса к командному подходу также [...]

Categories ↓

11 Comments »

Современные условия

Jun 4th, 2007 by webmaster

В наше время предприятия и организации должны быстро адаптироваться к меняющейся деловой среде, иначе им грозит быстрая смерть. Известен рекорд компании Eastman Kodak, которая в

течение 45 дней разработала и запустила в производство универсальную супер-фото пленку со светочувствительностью 400 ед. в ответ на вызов своего конкурента, поставившего своей задачей вытеснить Kodak с рынка. Сегодня длительная процедура [...]

Categories ↓

11 Comments »

Планирование маркетинга

Jun 4th, 2007 by webmaster

Планирование – процесс определения целей, стратегий, а также мероприятий по их достижению за определенный период времени исходя из предположений о будущих вероятных условиях выполнения плана.

Планирование маркетинга в разных компаниях осуществляется по – разному. Это касается содержания плана, длительности горизонта планирования, последовательности разработки, организации планирования. Так, диапазон содержания плана маркетинга для различных компаний различен: иногда [...]

Categories ↓

11 Comments »

Анализ маркетинга

Jun 4th, 2007 by webmaster

Управление маркетингом включает в себя анализ маркетинга с целью выбора направлений маркетинговой деятельности; разработку планов маркетинга, выполнение которых предполагает организацию и контроль реализации этих планов. Анализ маркетинга включает маркетинговые исследования, сегментацию рынка, выбор целевых рынков и позиционирование продуктов. Классификация рынков. В общеэкономическом плане под рынком понимается место, где собираются для совершения акта купли – продажи как продавцы, [...]

Categories ↓

11 Comments »

Планирование и контроль маркетинга

Сегментация рынка – это разбивка рынка на участки по различным признакам, осуществляемая под давлением рынка.

Необходимым условием сегментации является неоднородность ожидания покупателей и покупательских состояний. Сегментация рынка может проводиться с использованием различных критериев, которые должны удовлетворять следующим требованиям:

- измеримость;
- отражение дифференциации [...]

[Categories ↓](#)[11 Comments »](#)

Оценка персонала

Jun 4th, 2007 by webmaster

Оценка персонала осуществляется для определения соответствия работника вакантному или занимаемому рабочему месту (должности) и выполняется тремя способами.

1. Оценка потенциала работника. При замещении вакантного рабочего места важно установить потенциал работника, т.е. профессиональные знания и умения, производственный опыт, деловые и нравственные качества, психологию личности, здоровье и работоспособность, уровень общей культуры.

2. Оценка индивидуального вклада. Позволяет установить качество, сложность [...]

[Categories ↓](#)[11 Comments »](#)

Подбор персонала

Jun 4th, 2007 by webmaster

Цель набора персонала состоит в создании резерва кандидатов на все рабочие места с учетом будущих организационных и кадровых изменений, увольнений, перемещений, уходов на пенсию, окончаний сроков контрактов, изменения характера производственной деятельности.

Методы набора персонала из внутреннего источника разнообразны.

Внутренний конкурс. Служба персонала может разослать во все подразделения информацию об открывшихся вакансиях, известить об этом всех работающих, попросить [...]

Categories ↓

11 Comments »

Управление персоналом

Jun 4th, 2007 by webmaster

Принципы деятельности кадровой службы.

Основные функции кадровой службы

Организационная структура системы управления персоналом — это совокупность взаимосвязанных подразделений системы управления персоналом и должностных лиц.

Подразделения — носители функций управления персоналом — могут рассматриваться в широком смысле как служба управления персоналом.

Конкретное место и роль указанной службы в общей системе управления организацией определяется местом и ролью каждого специализированного [...]

Categories ↓

11 Comments »

Оценка эффективности

Jun 4th, 2007 by webmaster

Под оценкой эффективности работы группы будем понимать отношения (по некоторому критерию) достигнутого результата и максимально достигнутому или заранее запланированному результату (цели, задачи, обязанности).

Для оценки эффективности работы группы используется выбор критериев концентрирующихся вокруг показателей успешности и результативности. Существует множество критериев таких, как – мотивация, отношения к работе и интеллектуальные способности. Но опыт коллективообразующих форм работы [...]

Categories ↓

11 Comments »

Оценка работы

Jun 4th, 2007 by webmaster

Одним из важнейших факторов в жизни человека, так же как в деятельности руководителя, является фактор времени. Управлять временем –

это значит во многом управлять собой. Отсюда следует определение, что же такое управление рабочим временем – процесс применения методов управления к ресурсу, которым все люди обладают в равной степени. Существует способ управления рабочим временем, [...]

[Categories ↓](#)

[11 Comments »](#)

Методы маркетинга

Jun 4th, 2007 by webmaster

Банковский продукт представляет комплекс услуг банка по активным и пассивным операциям. Ясно, что для успешного продвижения продукта на рынок и его реализации необходимо дифференцировать клиентов и выявить тех, которые могут явиться потенциальными потребителями данного продукта. Все клиенты имеют разные вкусы и потребности, и к ним соответственно требуется применить разную маркетинговую стратегию. На помощь приходит метод [...]

[Categories ↓](#)

[11 Comments »](#)

Банковский маркетинг

Jun 4th, 2007 by webmaster

Маркетинг как комплексная, равносторонняя и целенаправленная деятельность в области производства и рынка обеспечивает решение конкретных рыночных задач наиболее рациональным в конкретной ситуации путем. Маркетинг известен как система управления и организации деятельности компаний, фирм, банков, всесторонне учитывающая происходящие на рынке процессы. Банковский маркетинг в силу его специфики представляет собой особую отрасль маркетинга. Это внешняя и внутренняя идеология, [...]

[Categories ↓](#)

[11 Comments »](#)

[« Older Entries](#)

